

OSOBNÉ ÚDAJE **Mgr. Andrej Kratochvíl**



VZDELANIE

2004 - 2009 **Univerzita Jana Amose Komenského, Praha**

Marketingová komunikácia

1996 - 2001 **Hotelová akadémia**

KURZY A ŠKOLENIA

2011 - 2016 **Empire - jazyková škola**

Anglický jazyk, Direct method of English B1

2018 **La Latina**

kurz španielskeho jazyka

PRIEBEH ZAMESTNANÍ

05/2018 - doteraz **Konzultant**

Konzultačno-poradenská činnosť

Rádio Viva - optimalizácia nákladov rádia, príprava novej programovej štruktúry

XL promotion - zabezpečenie marketingových a PR aktivít pri koncertoch Nicki Minaj, Lord of the Dance, Vivaldianno, Paul Kalkbrenner, Editors, ai

OYSTER agency - zabezpečenie hudobnej produkcie televíznej relácie Tri Pódiá (RTVS)

10/2016 - 4/2018 **Programový riaditeľ**

EUROPA 2 / LAGARDERE

- zodpovednosť za kompletne vysielanie rádia Europa 2

- koordinácia tímu 18 zamestnancov (moderátori, hudobný dramaturg, hudobná produkcia, programová produkcia)

- implementácia nových prvkov do vysielania a sledovanie najaktuálnejších trendov vo svete hudby a showbusinessu

- príprava podkladov a komunikácia s Radou pre vysielanie a retransmisiu

úspešné projekty:

- rádio Europa 2 sa po prvýkrát dostala do TOP 3 komerčných rádii na Slovensku (zdroj: Rádioprojekt 2018)

- web stránka www.europa2.sk je niekoľko mesiacov najnavštevovanejšia stránka rádia na Slovensku (zdroj: AIM Monitor)

- priamy prenos udeľovania cien Brit awards 2018

- zavedenie úspešných nových formátov vo vysielaní (Small talk s Veronikou Cifrovou Ostrihoňovou, Dance Extravaganza s Milanom Liekskovským a pod.)

01/2015 - 10/2016 **Head of programme, marketing and music**

Radio Services

- hudobná a programová dramaturgia rádia Anténa Rock

- príprava a realizácia projektu nového Detského rádia www.detskeradio.sk

- príprava a realizácia marketingových kampaní rádia Anténa Rock (ATL, BTL)

- príprava a koordinácia eventov "Oldies party Rádía Vlna" po Slovensku

úspešné projekty:

Marketingová kampaň rádia Anténa Rock "Rádio, ktoré má gule" - idea a návrh kampane, claim, vizuál, mediamix, nasadenie ATL, BTL komunikácie, starostlivosť o sociálne siete

zvýšenie dennej počúvanosti rádia Anténa Rock z 1,72% na 2,97% (zdroj MML TGI)

Detské rádio - príprava a spustenie prvého špecializovaného detského rádia

- 01/2014 - 12/2014 **Marketingový manažér**
Centrum Holdings
- príprava a realizácia marketingových kampaní pre zverené značky z portfólia (Aktualne.sk, Zena.sk, Wanda.sk, cp.sk,...)
- príprava rôznych súťaží, mediálnych spoluprác
- 06/2012 - 12/2013 **Brand manažér**
Rozhlas a Televízia Slovenska
- príprava kampaní pre jednotlivé rozhlasové služby RTVS (spoluautor aktuálnych claimov rozhlasových služieb)
- kompletná starostlivosť o televíznu reláciu Legendy popu (komunikácia s tvorcami, novinármi, zabezpečovanie PR, rozhovory s umelcami, príprava web stránky, facebook profil)
- 12/2009 - 05/2012 **senior marketingový manažér**
FORZA
- príprava kampaní, komunikačných stratégií a ich realizácia k projektom Slávik, MISS Slovensko, Art Film Fest, a.i. - launch značky rádia EUROPA 2 na Slovenský trh (príprava mediamixu, nákup mediálneho priestoru) - uzatváranie mediálnych partnerstiev - príprava prezentácií k projektom - tvorba komunikačných briefov a komunikácia s reklamnými agentúrami - vyhľadávanie nových foriem komunikácie a prezentácie projektov - kreatívna príprava TV / rádio spotov k projektom
- 12/2007 - 08/2009 **vedúci oddelenia marketingu a PR**
Rádio OKEY
- riadenie oddelenia marketingu a propagácie jedného z najväčších rádii na Slovensku
- budovanie značky Rádia OKEY - príprava marketingových kampaní a ich realizácia
- príprava a realizácia eventov pod hlavičkou Rádia OKEY
- príprava rozpočtov a ich plnenie
- riadenie a kontrola práce dvoch zverených pracovníkov

ZNALOSTI

- Jazykové znalosti** Anglický jazyk - Pokročilý (C1)
Španielsky jazyk - Začiatočník (A2)
- Ostatné znalosti** Microsoft Excel - pokročilý
Microsoft PowerPoint - pokročilý
Microsoft Outlook - pokročilý
Microsoft Word - pokročilý
- Ďalšie znalosti, schopnosti a záujmy** Absolvovanie rôznych manažérskych kurzov zručností
Účasť na odborných seminároch, školeniach a konferenciách (Radio Days,...)
Akadémia vzdelávania - akreditovaný certifikát MŠ SR (Public relations / Anglický jazyk)
Záujmy: šport - behanie maratónov, lektor spinningu, cestovanie, hudba - vo voľnom čase sa venujem DJingu, literatúra, divadlo
- Vodičský preukaz** sk. B

Stratégia rozvoja Pezinského kultúrneho centra

Stratégiu rozvoja PKC vnímam v kontinuite a hlavne zlepšovaní už existujúcich kultúrnych podujatí, v ich rozvoji a prinášaní nových prvkov.

Kultúra v meste Pezinok musí byť dostupná a zaujímavá pre každého občana. Budem sa snažiť, aby obyvatelia nemuseli za kultúrou chodiť iba do Bratislavy, ale mali dostatok kultúrneho vyžitia aj v Pezinku a ideálne, aby bol program natoľko zaujímavý, a prilákal aj návštevníkov z iných obcí a miest.

Kultúra tvorí identitu a charakter spoločnosti. Uchováva hodnoty minulosti a tvorí aj tie nové. Negatívnym celoslovenským ukazovateľom je stále nízky dopyt po kultúre a nedostatočná finančná podpora. Ak chceme, aby naše podujatia boli navštevované a obľúbené, musíme ich robiť kvalitne a so srdcom.

Svoju prezentáciu rozdeľujem na niekoľko krátkych kapitol a bude vo forme PPT:

- 1. Súčasný stav*
- 2. Návrhy na zlepšenie*
- 3. Komunikácia a propagácia*
- 4. Financovanie*
- 5. Záver*

1. Súčasný stav

Mesto Pezinok ponúka počas roka viacero zaujímavých podujatí. Od vychýreného Vinobrania či otvorených vínnych pivničiek po Festival pouličného divadla a Festival Eugena Suchoňa.

Kultúra je veľmi široký pojem, pre niekoho je to americký krvák v kine, pre iného príjemný jazzový koncert a pre ďalšieho výstava obrazov.

Podujatia je potrebné rozdeliť pre všetky cieľové skupiny a venovať sa väčšiemu spektru tematických podujatí. Kultúra nie je len kino a koncerty, ale aj výstavy,

besedy a čítanie z kníh a celkom určite spoločné športovanie.

Veľa z toho Pezinok už ponúka aj dnes, zapracujem na zvýšení atraktivity jednotlivých podujatí, prilákaní zaujímavejších hostí, spolupráce s rôznymi kultúrnymi organizáciami.

Budem sa snažiť, aby bol Pezinok zaujímavý pre promotérov a organizátorov podujatí, aby sme im pripravili možnosti, aby chceli robiť zaujímavé akcie v našom meste.

Pomôže to rozpočtu, ale hlavne zlepšeniu kultúry v meste.

Robme akcie nie len preto, aby boli, lebo sa to od nás očakáva, ale aby boli robené dobre a mali svojich fanúšikov.

2. Návrhy na zlepšenie

Zvyk je železná košela, pre mňa najdôležitejším návrhom je pravidelnosť, aby návštevník vedel, že v konkrétny deň sa niečo koná. Ak bude letné kino, musí mať svoju pravidelnosť, ak to bude občasník, nikdy si na to ľudia dobre nezvyknú.

Kontinuita - pri jednorazových akciách je dôležité budovať meno, a kontinuálne zvyšovať latku a kredit každého podujatia, zvyšovať štandard, zlepšovať sa vo všetkých smeroch, počúvať názory a recenzie návštevníkov, prijímať kritiku a poučiť sa z nej. Je to beh na dlhú trať, ale oplatí sa.

Podpora lokálnych umelcov a podujatí - veľmi dôležité, nik iný im nedá priestor ako mesto v ktorom tvoria a žijú. Je dôležité podporovať talent a rozvíjať nové osobnosti mesta. Ak sa im podarí preraziť vo väčšom meradle, právom budeme hrdí, že sú práve z Pezinka.

Zistenie záujmu obyvateľov - ako vieme čo chcú, či nechcú naši obyvatelia? Podľa čoho sa meria úspešnosť podujatí? Predané vstupenky? Počet návštevníkov? Spýtajme sa ich. Je dôležité poznať názor obyvateľov a prejavíť

záujem, že ich názor je pre nás dôležitý. Ak to nebude zaujímavé pre našich, prečo by to malo byť zaujímavé pre iných.

Niekoľko návrhov na nové podujatia:

Cestovanie - cestovateľské besedy, rozprávania a premietania fotografií z rôznych kútov sveta, spolupráca s blogermi či cestovnými kancelárkami.

Hudba - koncerty na tradičných ale aj netradičných miestach, pestré hudobné žánre.

Šport - pravidelný beh pre zdravie alebo joga v parku, veľa ľudí samo nenájde motiváciu športovať, ale spoločne a pravidelne to ide ľahšie.

Medzinárodný víkend - gastronómia - kulinárske víkendy, zmeníme časť mesta na Taliansko (prossuto, prosecco, syry), Španielsko (chorizo, sangria,...) či USA (hamburgery, hranolky, krídielka,...), stánky, tematika, nasávanie inej atmosféry. Možná spolupráca s Ambasadov konkrétnej krajiny, predstavenie ich kultúry.

Beer fest - klasický Oktoberfest - ponuka remeselných pivovarov. Aj keď sme vinárske mesto, rovnako pivo obľubuje veľa ľudí.

Denný festival kultúry - spojíme múzeum, hudobné koncerty na viacerých miestach, besedy o cestovaní, workshopy - všetko v jeden deň, skrátka v Pezinku to žije!

3. Komunikácia a propagácia

Zpracovať treba na propagácii podujatí, osobne ju vnímam ako veľmi slabý článok. Chceme, aby na naše akcie chodili aj návštevníci z iných miest a obcí. Musia o tom v prvom rade vedieť. Jeden z prioritných bodov je zlepšenie komunikácie.

Väčší dôraz na nové typy médií: Sociálne siete: Instagram, Facebook - viem, že sa používajú, ale málo, majú oveľa väčšiu silu a potenciál, ktorý sa z nich aktuálne využíva.

Tradičné mediatypy: plagáty, letáky, Pezinská TV, Pezinčan - zachováme aj tieto komunikačné kanály, ale zefektívним ich využívanie.

Nové formy komunikácie: priame prenosy zaujímavých podujatí cez internet alebo iné médium, komunikácia cez väčšie médiá.

4. *Financovanie*

Najzložitejší bod mojej prezentácie.

Všetko je otázka penazí, ale aj s menším rozpočtom sa dajú veci robiť dobre, len treba byť vynaliezavejší.

Základné zdroje financovania kultúry v Pezinku:

Rozpočet Pezinského kultúrneho centra

Bratislavský samosprávny kraj

Ministerstvo kultúry SR

Sponzori a partneri

Organizátori kultúrnych podujatí

5. *Záver*

Naplniť všetky body nedokážem sám, je pre mňa preto mimoriadne dôležité mať pri sebe ľudí, ktorých baví to, čo robia a robia to radi. Iba spokojný zamestnanec je výkonný a má chuť pracovať na niečom, čo dáva zmysel. Najväčším bohatstvom každej firmy sú jej zamestnanci, nie každý vedúci či majiteľ firmy si to však uvedomuje. Preto to najpodstatnejšie je tu na záver. Chcem sa obklopiť ľuďmi, ktorí su v niečom lepší ako ja, nik z nás nie je odborník na všetko, ja nie som výnimka. Chcem, aby ľudia pracujúci pre mesto vedeli, že si ich prácu vážime a snažíme sa, aby sa stále zlepšovali a vzdelávali v tom, čo robia, aby to

robili z roka na rok lepšie a robili tak krajšie mesto a radosť obyvateľom. Celá naša práca je pre nich a ich spokojnosť je našou odmenou.

Ďakujem za pozornosť.